ChinaXiv合作期刊

中南传媒社会责任研究报告

文／陈柏福　邓子璇

chinaXiv:202310.02064v1

中南出版传媒集团股份有限公司（简称“中南传媒”）是由湖南出版投资控股集团有限公司主营业务和资产重组改制而来，为我国第一支全产业链整体上市的出版传媒股。目前，中南传媒经营业务主要包括图书、报纸、期刊、音像、电子、网络、动漫、手机媒体、框架媒体等多种媒介，集编辑、印刷、发行各环节于一体，是典型的多介质、全流程、综合性出版传媒集团，已形成出版、印刷、发行、报刊、新媒体、金融六大产业格局。中南传媒秉承融合创新发展之路，坚持以创新改造业态，以聚合搭建平台，在短短几年时间由一家承继半个多世纪历史的传统国有文化企业，蜕变成一家治理优秀、产业优良、业绩突出的公众上市公司。展望未来，中南传媒将继续坚持产业与金融相结合，线上与线下相结合，以用户为中心，以大数据的支持，聚焦目标客户，持续推进产品创新、产业重构和平台建设，努力打造成为拥有强大综合实力和社会责任心的国家级新型出版传媒集团。

1. 中南传媒基本情况

1.1 公司概述

中南出版传媒集团股份有限公司（简称中南传媒）成立于 2008 年 12 月 25 日，是由湖南出版投资控股集团有限公司主营业务和资产重组改制而来。如图 1 所示，报告期内中南传媒的实际控制人并没有发生变化，依然是湖南出版投资控股集团有限公司，由湖南省人民政府全资控制的湖南出版投资集团有限公司直接持有中南传媒 61.46% 的股份，而由湖南出版投资控股集团有限公司全资控股的湖南盛力投资有限责任公司还持有中南传媒 3.23 的股份。自 2010 年 10 月 28 日在上海证券交易所挂牌上市以来，中南传媒目前已发展成为我国第一家全产业链整体上市的出版传媒集团。随着公司业务范围的不断拓展和经营模式的变革创新，中南传媒已成为我国出版传媒行业中的龙头企业。其业务主要以出版发行为主，同时涵盖印刷、媒体、教育、金融等多个领域（见图 2），构成了“多介质、全流程、综合性”的完整产业发展体系。

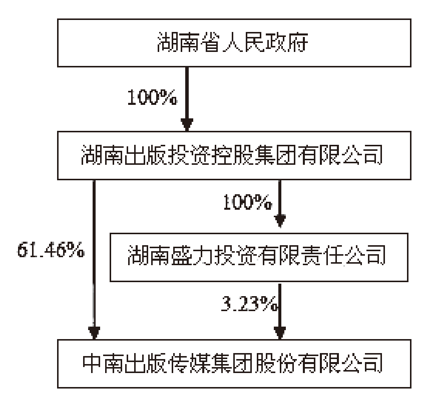


图 1　中南传媒与实际控制人及控制关系

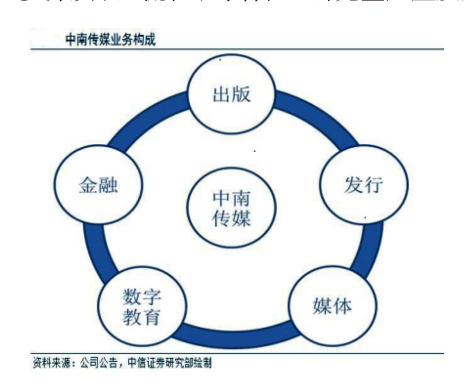


图 2　中南传媒业务范围构成情况

如图 3 所示，中南传媒旗下子公司业务涵盖出版、报纸与新媒体经营、印刷、发行和印刷物资销售，并且不同业务都有至少一个或同时多个子公司去具体负责经营，同时市场细分工作做得相当成功。具体而言，出版发行业务主要包括教材教辅出版发行以及一般图书出版发行，其中教材教辅占绝对主导地位。中南传媒拥有湖南人民出版社等 9 家出版社，1 家租型代理机构和 2 家内容策划机构。教辅类书籍共计上千种，并自主开发了 9 科 10 种的湘教版新课程标准试验材料，出版发行的教辅教材销售覆盖 31 个省市区。公司的一般图书出版具有较强的品牌优势和竞争力，旗下的五家出版社被评为全国百佳出版社。不同出版社已形成独树一帜的品牌形象，湖南人民社以通俗政治理论读物、红色历史读物形成的人文社科品牌，湖南文艺社以原创文学、音乐形成的文学畅销品牌和音乐品牌，岳麓书社以古典名著、湖湘文化、人文历史形成的古典名著品牌，湖南科技社以医卫、科普形成的医卫品牌和科普品牌，湖南美术社以收藏、书法和艺术综合形成的收藏品牌和艺术类品牌，湖南少儿社以少儿文学、低幼启蒙形成的儿童文学品牌，中南博集、上海浦睿、中南天使以原创文学、青春读物及 IP 产业链形成的畅销书品牌等。中南传媒的科普图书、古典名著、音乐品牌、原创文学、心理辅导图书等主导门类处于同种图书市场前列。据相关资料显示，作文、科普、文学、心理辅导等图书品牌位列第一，音乐品牌排名第三，古典文学在实体店排名第一，收藏图书在实体店排名第二。

在发行领域，中南传媒拥有 4 家发行企业：湖南省新华书店有限责任公司、湖南省新教材有限责任公司、

chinaXiv:202310.02064v1

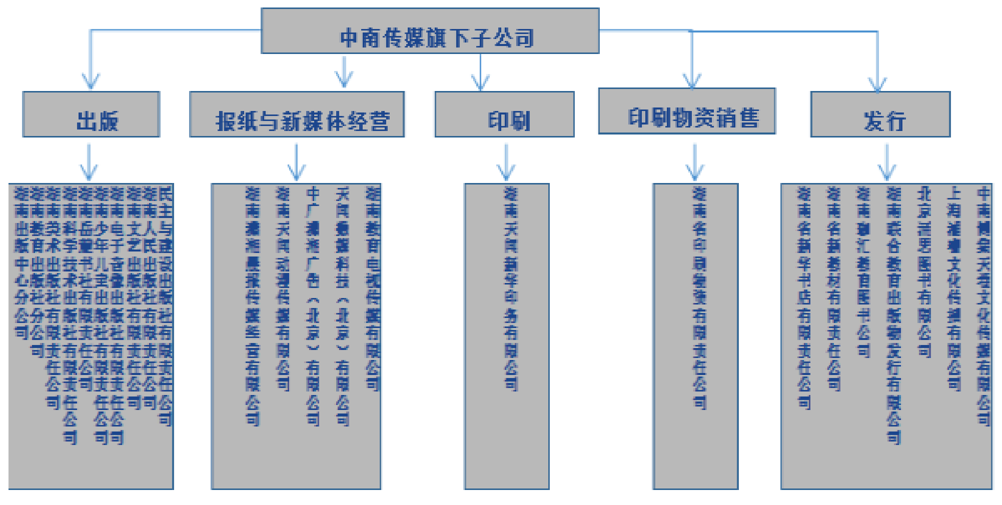


图 3　中南传媒旗下子公司构成及其业务覆盖情况

湖南珈汇教育图书发行有限公司、湖南联合教育出版物发行有限公司。公司一般图书的发行业务除采用传统实体店的销售方式外，还积极开拓线上销售业务，通过在淘宝、天猫等开设直营旗舰店以及当当、亚马逊、京东等品牌电商平台拓宽销售渠道。

其他业务包括新闻媒体、数字教育、金融等业务。在新闻媒体业务方面，公司获得了潇湘晨报以及长沙铁路轨道交通的经营权，具体业务包括报纸发行和广告。旗下还拥有快乐老人报、新媒体品牌红网等；在数字教育方面，为区域校园提供了以大数据为中心的智慧教育信息化平台，包含智慧教育云、智慧校园、智慧沟通、智慧课堂等版块。以教育云平台为切入点的子公司天闻数媒，开发了“三通两平台”系列产品，实现了软硬件、资源的最大化利用，2016 年度营业收入增长 34.84%；在金融服务方面，中南传媒 2014 年制定“线上 + 线下”“文化 + 金融”的发展战略，创立了国内文化行业首家企业集团财务公司，主要业务是为成员单位提供存贷款、结算等服务，公司并于 2016 年顺利获批进入全国银行间同业拆借市场，与银行等金融机构展开频繁的业务往来。以项目投资获取利益的子公司泊富基金投入正式运营并完成首个项目投资。2015 年和 2016 年，中南传媒金融服务业务营业收入分别为 2.96 亿和 2.84 亿。2014 年至 2016 年，公司在金融服务业务上分别实现毛利润 0.85 亿、1.69 亿和 1.51 亿。

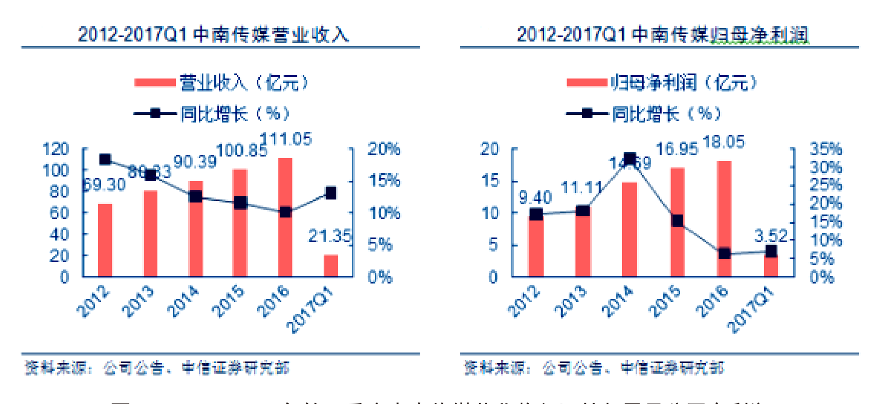


图 4　2012—2017 年第一季度中南传媒营业收入及其归属母公司净利润

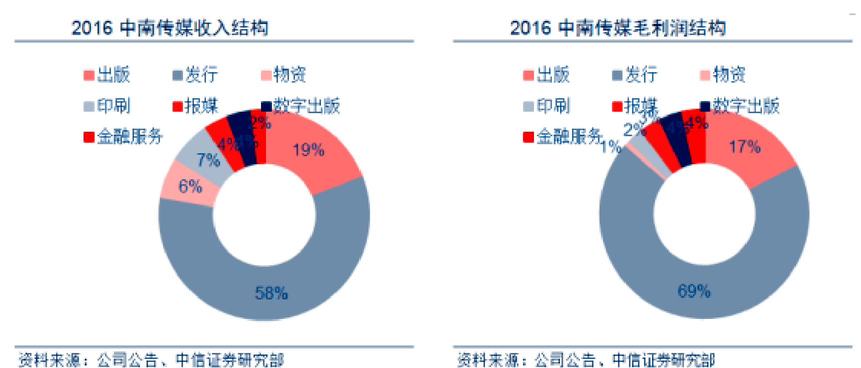


图 5　2016 年中南传媒收入结构及毛利润结构

chinaXiv:202310.02064v1

1.2 公司结构分析

从图 4、图 5 不难看出中南传媒财务结构安排。从收入结构来看，近年来中南传媒营业收入的增长率呈下降趋势，增长速度有所放缓。2016 年中南传媒的营业收入为 111.05 亿，同比增长 10.10%。公司 2017 年 Q1 实现营业收入 21.35 亿元，较 2015 年同期增长 13.12%；实现归母净利润 3.52 亿元，同比增长 7.04%。2012 年至 2017 年 Q1，公司分别实现营业收入 69.30 亿、80.33 亿、90.39 亿、100.85 亿、111.05 亿 和 21.35 亿， 同 比 分 别 增 长 18.33%、15.91%、12.52%、11.58%、10.10% 和 13.12%。归母净利润同期分别为 9.40 亿、11.11 亿、14.69 亿、16.95 亿、18.05 亿和 3.52 亿，归母净利润稳步提升，与营业收入情况相似，增长速度有所放缓。

发行和出版业务收入在近些年处于持续稳定增长状态，2016 年收入共占公司营业收入的 77%，其中发行业务（湖南省新华书店）是收入的主板块，占比 58%，并为公司实现了 69% 的毛利润。物资、印刷和报媒等业务在很大程度上取决于宏观经济环境变化以及数字化发展的影响，故其营业收入增长较为迟缓。为了顺应国家教育信息化而研发出便捷的数字出版业务，近些年发展迅速，市场份额有很大的提升空间。2016 年，公司的数字出版业务占比 4%，并为公司贡献了 4% 的毛利润，实现了数字出版业务 35.37% 的同比增长率，未来 3–5 年收入仍将保持高速增长。

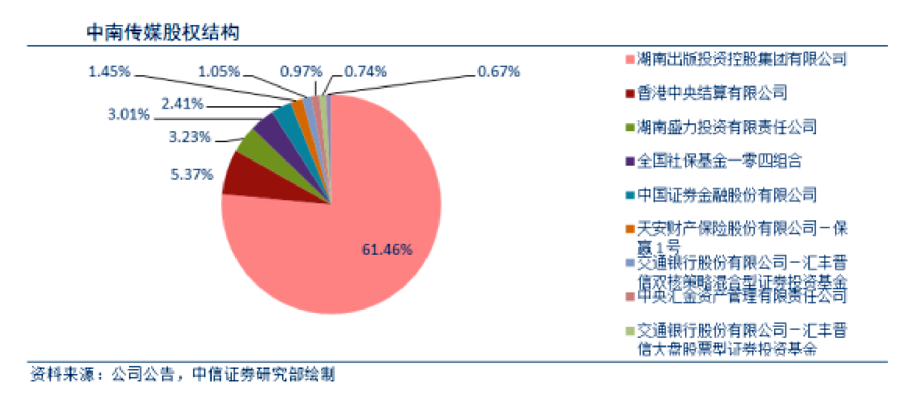


图 6　中南传媒股权结构安排

如图 6 所示：从股权结构来看，报告期内，公司普通股股份总数及股本结构未发生变化。中南传媒前十名持股股东，分别是湖南出版投资控股集团有限公司、香港中央结算有限公司、湖南盛力投资有限责任公司、全国社保基金一零四组合、中国证券金融股份有限公司、天安财产保险股份有限公司、交通银行股份有限公司－汇丰普信双核策略混合型证券投资基金、中央汇金资产管理有限公司、汇丰普信大盘股票型证券投资基金以及全国社保基金一零四组合，股权占比依次由多到少。湖南出版投资控股集团有限公司为中南传媒的绝对控股股东，持有 1，103，789，306 股，占比 61.46%。湖南盛力投资与湖南出版控股集团是一致行动人，湖南盛力投资持股 3.23%。

2. 中南传媒执行社会责任现状

2016 年是“十三五”开局之年，中南传媒继续坚定“文化传承，产业报国”的理念，保持战略定力和发展定力，在谋求产业发展的同时，认真履行文化使命和社会责任，深刻贯彻落实“一带一路”战略，积极推进中国文化“走出去”，始终把社会效益放在首位，把握舆论导向，遵守法律法规，保障出资人和债权人的合法权益，诚信对待供应商、客户和消费者，积极参与公益活动，爱护环境，取得了社会效益和经济效益的双丰收。此外，据法国《图书周刊》排名，中南传媒在世界出版企业排名中排名第六，在亚洲企业中排名第一，同时公司入选第八届全国文化公司 30 强。

2.1 对党和政府的责任

对党和政府的责任，是传媒行业需履行的重要责任。中南传媒积极履行国有文化企业的职责，自觉服务党和政府的工作大局，主要体现在发挥舆论导向作用，尤其是正确把握意识形态与主流价值观的导向，履行社会监督职责，遵守国家法律法规，以及推动中国文化走出去。

中南传媒弘扬党的思想政策理论、新出台的法律法规以及主流价值观宣传，充分利用多媒体、多介质、全流程的优势，以红网、党网平台和时刻新闻客户端等媒体为核心进行正确舆论引导，围绕全国和全省两会、建党 95 周年、纪念长征胜利 80 周年、扶贫攻坚、湖南省第十一次党代表大会等党和政府工作重点，有时有点有节奏地做好正面报道。另一方面，对社会热点、民生焦点进行实时性报道和客观性描述，履行社会监督的职责，媒体影响力持续扩大。中南传媒拥有长沙新闻第一门户网——潇湘晨报的独家经营权，潇湘晨报属于都市类报纸，以新闻立报，真实报道热点实事，是湖南最有公信度的报刊平台；大湘网保持对本土生活和民生的强大影响力；红网在全国“地方新闻网站核心影响力指数百强榜”和“地方新闻网站被转载指数榜”最高排名第一，并于 2016 年策划组织了春季乡村旅游节、金秋购物消费节等十余项大型赛事活动； 时刻新闻客户端在“全国新闻网站 App 传播力榜”最高排名第二。此外，中南传媒严格

chinaXiv:202310.02064v1

遵守税收法律法规，按照税法的规定，按时足额缴纳各种税费，杜绝偷税漏税行为。

中南传媒深刻贯彻落实“一带一路”战略，大力推动中华文化、湖湘文化走出去，扩大海外影响力。图书出版贸易、数字教育产品、印制发行业务深度介入“一带一路”沿线国家及欧美市场，教材《历史》和教材《美术》分别输出到韩国和美国，大批文化产品版权及实物输出到国际市场，被商务部等四部委评为全国文化出口重点企业。中南会展公司成功在法国承办“湖南文化走进法国”活动，完成赴法勤工俭学蒙达尔纪纪念馆设计陈列布展，在海外展示了会展湘军的形象。南苏丹基础教育项目成为中国首个面向贫困国家基础教育从教材编写到教师培训一揽子解决方案的文化支持项目。2016 年，公司在南苏丹、马其顿及孟加拉等国家均取得了不同程度的业务进展。与此同时，公司与培生、圣智等国际知名教育出版集团深化合作，于 2016 年实现了 224 项版权输出及合作出版。进一步提升了公司走出国门的规模和层次。此外，公司于 2017 年 3 月 3 日与法兰克福 IRP 在线版权交易有限公司签订协议，以入股形式将 IRP 平台引入中国，弥补国内出版界在线版权交易领域的空缺。此举将从战略发展角度扩大公司在国内及国际市场的影响力，推动华语版权在线交易的进程。

2. 2 对出资人的责任

公司不断完善治理结构，推进机制体制创新，建立健全符合文化特性、具有文化特色的现代企业制度，维护股东和债权人的合法权益。公司蓝筹形象持续强化，蝉联“中国主板上市公司价值百强”前十强，荣获第十八届金牛上市公司百强殊荣。

首先，不断完善公司结构治理。严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规的要求，不断完善股东大会、董事会、监事会等治理结构和制度。中南传媒严格依照有关法律法规、《公司章程》和《股东大会议事规则》的要求，履行股东大会的召集、召开和表决的法定程序，与股东保持有效的沟通，确保所有股东平等、充分地行使权利。全年召开“三会”及专门委员会会议 25 次，审议通过 43 项议案。进一步完善内控体系，内控内容和流程更加优化，保障了公司规范运作。

其次，做好透明度和信息披露工作。根据监管部门的要求并结合公司实际情况，公司制定了《信息披露管理办法》《对外信息报 送和管理办法》《内幕信息知情人登记管理办法》《年报信息披露重大差错责任追究办法》《重 大信息内部报告管理办法》等信息披露制度，建立健全了完善的内外部信息披露管理制度体系。全年高质量完成 2015 年年报、2016 年一季报、年中报、三季报以及 28 份临时公告的编制与披露，及时向市场传递公司大事要事，受到资本市场和上交所好评。中南传媒严格遵循“公平、公正、公开”的信息披露原则，按照信息披露相关制度的规定，履行信息披露义务，确保所有股东能平等地获得公司披露的信息。

再次，加强投资者关系管理。公司已经制定了《投资者关系管理办法》、《特定对象接待工作管理办法》等，及时接听投资者热线电话，反路演，耐心解答 E 互动平台投资者提问，定期发布投资者调研动态，加强与投资者的沟通交流，保护中小投资者权益，不断提升公司投资者关系管理水平。“以价值、诚信、规范”赢得资本市场良好口碑，荣获第七届中国上市公司投资者关系最佳董事会奖。

最后，尊重利益相关者合法权益。公司制定了《社会责任制度》，本着公开、公平、守信的原则对待公司相关利益者，不仅维护股东的利益，同时充分尊重和维护客户及其他相关利益者的合法权益，共同推动公司持续健康成长。此外，公司还实施了稳定的利润分配政策及办法，从制度上确保对股东的回报力度。2016 年年内兑现了 2015 年度利润分配，以总股本 17.96 亿股为基数，向全体股东每十股派发现金 2.9 元（含税），合计派发 5.2084 亿元。

旗下子公司天闻数媒公司于 2016 年发布《天闻数媒科技（北京）有限公司管理层与骨干员工持股计划实施方案》，公司实施的是混合所有制企业管理层与骨干员工持股计划。以 6.4 亿人民币估值，将华为原持有的 10% 股份转让给天闻数媒管理层及骨干员工。2017 年 4 月，公司公告，公司以 6123.6 万元收购华为剩余 9% 股权，截止报告期内，中南传媒持股 60%，新华书店 25%，龙岗投资 5%，天闻数媒员工 10%。天闻数媒进行股权激励可以将公司管理层和骨干员工与公司形成利益共同体，同时，能够大大提供管理人员和技术人员的积极性和主动性，为公司后续可持续保持高增速奠定坚实的基础。

2. 3 对供应商、作者和读者的责任

公司通过制定采购管理办法、供应商管理办法等规章制度，以平等规范为原则，以符合法律法规的合同或协议为载体，明确双方权利义务，建立了良好的合作伙伴关系，来保障供应商权益。

公司严格遵守《著作权法》等知识产权法规，尊重著作权利人每一项权利，不出版、不印制、不发行非法出版物，被确定为长沙市版权优势培育企业。严格遵守书报刊编辑、印刷装订质量标准，保障图书、报刊、电子出版物的质量。始终秉承诚信理念，树立良好的商业信用和道德形象，在各家银行都有良好的信用记录。凭借着良好的口碑，中南传媒与众多知名作家签约，如青春文学作家郭敬明及其最世文化团队，畅销书作家张嘉佳、大冰、桐华，知名作家张德芬、张小娴、毕淑敏、高晓松等，儿童文学作家汤素兰、秦文君等，著名科学家霍金等，大众社科文史作家张树军、刘金田等，使众多作家的作品成为阅读亮点，广受市场好评。

ChinaXiv合作期刊

chinaXiv:202310.02064v1

中南传媒为读者和客户提供丰富的精品之作。在社会主义核心价值观的引领下，中南传媒以出版人的责任和担当，高水准地推出《延安文艺大戏大系》《走向世界图书续编》《中国古代历史图谱》、《中国边疆治理图书》《中国货币通史》等一批就有深远文化价值和学术价值的出版文化项目。9 种图书，两种电子音像出版物或第六届中华优秀出版物奖，获奖数量名列前茅。《大国工匠》等三种选题入选中宣部、新闻出版广电总局 2016 年主题出版重点选题。《世界佛教美术图说大典》等 8 个项目入选 2016 国家出版基金。86 种选题入选“十三五”国家重点出版选题，社均数排名第一。《红辣椒书系》等 5 个项目入选新闻出版广电总局 2016 年向全国青少年推荐的百种优秀出版物。在市场化运营的模式下，公司出版的图书报刊受到读者的广大喜爱与好评，一般图书在全国实体店市场占有率排名前三，作文、科普、原创文学、古典名著、心理自助等图书品牌排名第一，25 种图书登上开卷月度畅销书榜，《花火》获第六届少儿报刊优秀奖，《书屋》《中学生百科》《芙蓉》等杂志市场反响良好，新创办的《新课程评论》刊文转载数、征订数均创佳绩，在教育界得到广泛关注与好评。公司为提供质量保证，一般图书销售采用经销包退模式，图书退货率低于 10%。另外，在全省中小学举办 80 余场“名家进校园”讲座，在各市州开展“乐之时间”“新华苑国学讲堂”“绘本故事会”等特色品牌活动，为中小学生提供丰富多彩的文化教育活动。

对公司内部员工的责任。中南传媒公司坚持以人为本，保障员工的合法权益，把公司发展与员工进步融为一体，为员工搭建干事创业的平台。首先，保障了员工的薪酬福利。公司严格遵守《劳动法》、《劳动合同法》等法律法规，依法保护员工的合法权益，与每一位受聘员工签订劳动合同，为员工办理五险一金，认真做好年金运营和管理，筹建员工扶贫帮困基金，尽力解决员工的实际困难。其次，通过举办新媒体创业人才训练营、出版发行管理培训班、新员工培训班，开展不同类型、多层次的专业技能培训。积极推行导师制，充分发挥老员工传帮带作用，帮助新员工尽快适应工作环境，提高工作技能，并指导新员工做好职业发展规划。建立人才储备库，关注青年人才培养与使用，使其获得职业发展的机会。最后，培养创业文化，履行人文关怀。公司倡导“因工作而快乐，因创造而富有，因团队而荣耀，因良善而崇高”的企业文化，弘扬“催生创造，致力分享”的核心理念，营造鼓励探索、创新创业的文化氛围，激发员工创新创业的激情与活力，并以篮球、羽毛球、书画等 10 个文体俱乐部为载体，举办各类文体活动，丰富员工业余生活。

对社会公益和环境的责任。中南传媒注重将社会责任与公司发展相结合，热心参与社会公益事业，提倡绿色发展之路，树立了“重责任、敢担当”的良好公众媒体形象。

首先，公司积极开展精准扶贫工作。为深入贯彻落实国家扶贫开发战略，公司响应热烈，对口扶助湖南省新田县新圩镇梧村，力图改变梧村贫苦落后的面貌。2016 年公司捐赠基础建设资金 100 万元，帮扶资金 8.1 万元，捐助物资 11.5 万元，捐赠体育器材 7 万元，捐赠图书 30 万元，使梧村基础设施焕然一新，村办经济更为活跃，村容村貌大为改观，文化生活更加丰富。一送二引”推动村民知识脱贫。 “送”相应的产业创业人员去实地学习和参加管理与技术专业培训。“引”专业养殖技术，帮其 购买专业书籍，并在村中心建立了村图书阅览室和远程教育活动室，为产业创业人员提供求知解 惑的学习场所和技术手段。此外，多项并举推动精准扶贫。一是积极为贫困户创造创业和就业条件，帮助其增收脱贫。二是与大户创新合作模式，采用资金投资性收益分红为贫困户创收。三是大力推动金融扶贫，为贫困户创收增效。四是积极落实各项农村扶助惠民政策，让贫困户享受相关政策保障。五是直接扶 持贫困户种植金槐增收。六是响应中央要求，积极投身光伏扶贫工程。七是继续加大“一进二访”一对一的帮扶活动力度，对接 80 户。八是全面修建全村农田灌溉水渠，彻底解决农田引水灌溉问题，为农田作物增产增收提供保障。2016 年共脱贫 11 户 34 人，全年村集体实现创收 4.5 万元。其次，大力捐资助学。公司全年向农村中小学校、农村图书室、贫困地区图书馆捐赠资金与图书等物资共计 4000 多万元，用实际行动支持农村教育事业发展及文化设施建设。2016 年直接扶持新入学学生 7 人，同时联系湖南师大附中教学实践小组对留守儿童提供学习帮助。向湖南省城镇及农村高中贫困学生免费提供 5 万台录音带复读机，投入 300 万元为花垣县双龙镇排碧学校、岳阳县黄沙街镇中心学校配置学习用的设施，建设标准化图书馆。再次，推动文化惠民的书籍阅读活动。公司坚持以湖南新华汽车书店为载体，常年开展送书下乡、流动售书，为偏远农村读者提供精神食粮。认真落实中宣部等十一部委加强实体书店建设的要求，为读者提供舒适优美的购书环境与温馨惬意的阅读体验，长沙乐之书店被评为 2016 年度“全国十大最美基层书店”。此外，中南传媒作为湖南“三湘读书月”唯一协办单位，全力支持全民阅读，营造书香社会，组织开展多种形式的公益性阅读活动。如举办 80 余场“名家进校园”讲座，启动潇湘少年榜创文大赛，参与人数突破 30 万，举办首届湖南省“新华杯”青少年国学知识大赛，吸引 15 万名初中学子参与，弘扬中华优秀传统文化，产生良好的社会反响。最后，坚持绿色发展。公司一直注重环境保护，走可持续发展之路。旗下的湖南天闻印务公司坚持以数字化、绿色化为技改导向，共投入技改资金 2500 万元，完成 12 个重点技改项目，

ChinaXiv合作期刊

chinaXiv:202310.02064v1

承印的中小学教材教辅100%实现了绿色印刷，并在装订车间安装负压系统，减少了车间内部的热源和噪声源，在覆膜车间进行废气集中收集处理，有效改善了覆膜工序的空气质量。

3. 中南传媒执行社会责任存在的问题

中南传媒尽职尽责地履行社会责任，自觉服务党和政府的工作大局，遵守法律法规，保障出资人和债权人的合法权益，诚信对待供应商、客户和消费者，积极参与公益活动，精准扶贫活动全方位开展，爱护环境，始终把社会效益放在首位，是履行社会责任较好的企业，但是通过研究发现，仍存在少量问题和不足，主要体现在以下几个方面：

3.1 信息生产原创性和内容创新有待加强

中南传媒作为一家以出版发行为主，主营业务是教材教辅和一般图书的企业，在宣传和弘扬国家主流核心价值观，进行正确的舆论宣传和引导方面做的较好，但是，在新闻报道，尤其是时政、会议新闻报导上，易将舆论引导和主体片面化为政府或媒体，从而忽略了大众。另一方面， 近年来，在网络媒体、移动媒体、微博微信的冲击下，报纸的生存发展空间受到严重挤压，其发行量下降是客观现实。如果传统的纸媒出版传媒企业不能迅速吸收和应用先进的数字技术，大力发展以数字化内容、数字化生产和网络化传播为主要特征的新媒体，则在来的市场竞争中将会越来越多地受到新媒体新技术的冲击。内容同质化，对用户吸引力不够是影响因素之一，尤其是在新闻信息的原创性方面较弱，无法充分掌握有关事件的话语权，其信息来源依靠传统媒体甚至境外媒体。对用户吸引力不够，就很难将那些社会主义核心价值观和舆论引导深入民心。

3.2 履行信息披露不充分

中南传媒作为在A股上市的出版企业，自2010年开始披露相关报告，如《内部控制自我评价报告》，建立年报信息披露的责任追究相关条款，如《公司信息披露管理办法》，并于2012年开始发布《中南传媒社会责任报告》，是仅有的7家上市出版发布责任报告的企业之一。公司的报告内容比较丰富，从中可以看出在践行社会责任方面做了很多工作，不少做法值得借鉴，如顺应党和政府的核心价值观要求，服务于公众，市场运营效益好等。但是母子公司间的相关信息并未在社会报告中有更好体现。如天闻传媒和湖南人民社作为重要的子公司，它们的一些公益慈善活动和关心股东权益并未体现在公司的社会责任报告中，而且公司官网相关报告中只展示了年度报告，其他相关报告需在上交所查找。

另外，报告形式还比较单一，鲜有利用图片、图表等一目了然的形式。而且，整篇报告以正面信息为主，但对企业存在的缺点以及客观存在的问题缺少披露和分析。若是将存在的问题深入探讨分析并披露于众，会更有利于企业履行社会责任和在社会公众心中树立良好的形象和声誉。

3.3 国际传播能力较弱，“文化走出去”战略需进一步落实

传媒行业的国际传播能力是国家文化软实力的重要体现，关系到国家形象、国家安全和国际地位。近年来媒体的国际传播能力建设取得重大进展，国际传播体系初步形成，国际舆论影响力明显增强，但是国际一流媒体可以将全世界发生的新闻置于西方思维和价值观评判之下，形成话语垄断局面，而我国媒体在国际传播格局中仍处于弱势地位，这是中国传媒企业普遍存在的问题。在国际热点问题上和突发事件中原创率偏弱，与国外文化交流的项目较好，没有掌握中国形象的主导权，需要将中国文化更好地输出到国外，扩大海外影响力。

4. 中南传媒社会责任执行力提升路径与方法

4.1 提升内容原创性和创新能力，推动传统出版转型升级

通过“三抓手”，即抓原创出版、版权引进、重大出版工程，培养新生代作家，吸引著名作家，提升原创能力，打造有影响力的IP。关注列入国家“十三五”重点选题，并从集团层面重新设计重大出版工程落实机制和责任机制，创造性地制作符合国家舆论导向和宣传作用的项目。加快建立统一的版权引进基金，探索在图书版权引进下的直接出版、合作出版之路。把振兴传统出版作为重点工作来抓，按照深化出版供给侧改革的要求，创新体制机制。2016年国内报纸广告下降38.7%，中南传媒报媒板块业务也面临一定经营压力。为应对传统报媒业务下降的风险，公司应积极布局红网、大湘网、枫网等网络媒体，开拓地铁广告、磁浮广告、城轨广告等业务领域，并利用媒体影响大力发展线下业务，以线上与线下结合、文化与金融结合为发展思路， 推动传统报媒业务转型升级。 在组建红网新媒体集团方面，进一步提升报道质量，创新报道方式，加快建设户内户外大屏、舆情监控等新的舆论平台、移动平台，提升红网的影响力和引导力。潇湘晨报经营公司继续强化“全媒体整合、全渠道运营、全案代理”，推动经营模式转变和经营业绩提升，进一步提质改造发行队伍。加快推动纸媒向新媒和户外转型，大力扶持发展老年媒体、地铁媒体，扩大规模和影响。展会项目方面，在举办政策型展会的同时，可以加大文创体验类展会、国际性常态化专业展会等的开展，多样化会展业务。

4.2 根据传媒企业特点，结合上市公司要求，全面履行披露社会责任

传媒企业具有自身的特殊性，因此在执行和披露社会责任报告时，不应完全按照深交所的指引要求来做，可以根据企业特点和产业特有的文化属性及意识形态属性，制定更符合自身的社会责任战略以及信息披露机制，例如，将遵守意识形态纪律和导向纪律作为职业规范在

ChinaXiv合作期刊

chinaXiv:202310.02064v1

集团推广，在报告中总结一年来执行社会责任需要改进之处，并将制作好的相关报告通过广泛的途径进行披露，包括公告、官网、内部媒体及其他手段积极宣传履责情况，让更多受众知悉。另外，制定各子公司的社会责任报告。不仅可以使公众和研究学者多层次了解中南传媒执行社会责任现状， 而且能促进整个企业间的相互联动，将社会责任细更加分化到子公司个体。最后，在撰写社会责任报告时，可以加入一些图表、图片，使一些数据性的文字以更简洁直观的方式呈现给大众。

4.3 增强海外传播力，助推中国文化走出去

中南传媒作为出版产业中的龙头企业，需要引领中国文化走出去，提高国际传播力、印象力，向世界展示积极向上、负责任的中华形象。在新闻媒体方面，需要强化信息采集、编辑制作、信息传输、内容输出、项目推广等一系列流程的本土化运作，提高新闻报道的原创率、首发率，加快打造语种多、受众广、信息量大的国际一流媒体，形成与我国经济社会发展水平和国际影响力相称的国际传播能力。在文化教育和价值观方面，中南安拓可以针对性地设计集团教育文化产品，并将其规划推广，在文化援外方面拓展更多项目。天闻数媒在南苏丹教育项目模式下，可以争取新增海外样板点，推动产品产能输出获得新的进展。在图书出版发行方面，需要进一步提高国际书展的参展水平和营销水平，加大外向型图书产品的研发，与国际出版企业和版权代理机构的深度交流与合作。天闻印务在降成 、转业态的同时，进一步提升产能输出规模，重点开拓南亚、中东和非洲市场。另外，进一步落实与培生、圣智、法兰克福书展等国际知名教育出版集团的战略合作，拓展国际市场，扩大国际影响力， 实现新的图书贸易增长和文化输出。

（作者陈柏福，男，湖南衡东人，经济学博士（后），湖南师范大学历史文化学院文化产业管理系副教授，硕士生导师，研究方向：文化产业管理、文化经济学；邓子璇，女，江西上饶人，湖南师范大学历史文化学院文化产业管理专业硕士研究生。）

《安全通论》出版发行



作者：杨义先　钮心忻

出版：中国工信出版集团
电子工业出版社

内容简介：

本书创立了一套网络空间安全的统一基础理论，在理工科范围内（不含心理学、社会学、经济学、管理学等），在几乎没有任何限制的前提下（比如，不限设备、环境和人员等），揭示了黑客攻防和安全演化的若干根本规律。这些规律可以适用于网络空间安全的各主要分支。特别是本书发现了系统安全经络的普遍存在性、黑客的离散随机变量本质、红客维护安全熵的目标核心、在各种情况下（单挑、1 对多、多对 1、多对多等）红客与黑客对抗的可达极限、安全攻防的宏观和中观动态行为数学特征、红客与黑客的直接与间接对抗的演化规律、网络空间安全的生态发展量化规律。此外，还揭示了以计算机病毒为代表的各类软件的扩散动力学行为，发现了网络传谣和辟谣的规律，揭示了网络民意演化的精确变化规律等。正如信息论是“信息与通信工程一级学科”的统一基础理论那样，本书研究的安全通论也希望是“网络空间安全一级学科”的统一基础理论，并作为今后“信息安全”和“网络空间安全”等相关专业和学科的全体师生和从业者的必修基础课。本书不但可以刷新读者的安全观，而且，有助于摆脱全球安全界目前“头痛医头，足痛医足，盲人摸象”的现状，让读者有机会鸟瞰整个网络空间安全。希望读者不要被书中大量的数学公式吓倒，因为，如果忽略掉书中的具体数学证明（即，假定证明的正确性），那么，安全界的所有人员都能读懂此书，并从中受益（注：本书已由电子工业出版社正式出版，当当网和京东网上都已经开始畅销了）。